

(ह) समाज की दृष्टि से अंतरराष्ट्रीय विज्ञापन के लाभों की चर्चा कीजिये।

3

5. अंतरराष्ट्रीय वितरण की निर्यात प्रक्रिया विस्तार से स्पष्ट कीजिये।

14

अथवा

अंतरराष्ट्रीय वितरण को स्पष्ट कीजिये तथा अंतरराष्ट्रीय वितरण में होने वाले निवेश रकम को प्रभावित करने वाले घटकों की चर्चा कीजिए।

14

AP-162

B.Com. (Part-III) Examination
INTERNATIONAL MARKETING
(Marketing)

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 70

Note :— (1) Solve All questions.

(2) Each question carries equal marks.

1. Define International Marketing. Explain its nature and significance. 14

OR

Explain in detail the classification of International Marketing Environment. 14

2. (a) Explain Product design. 4
(b) Describe the significance of Label. 4
(c) Elaborate the criteria for export packing. 3
(d) Define after sales service. 3

OR

- (e) Describe the need of branding. 4
(f) Elaborate Product Life Cycle. 4

(g) Explain the advantages of Product Standardization.

3

(h) Describe Product Adaptation.

3

3. (a) Explain Tender Price.

4

(b) Elaborate Break Even Price.

4

(c) Describe 'Below the Market Price Policy'

3

(d) Explain the importance of Pricing Policy.

3

OR

(e) Describe Cost-plus method of pricing.

4

(f) Explain Skimming Price.

4

(g) Elaborate International Price Quotation.

3

(h) Narrate the factors influencing International Price.

3

4. (a) Discuss the advantages of International Sales Promotion.

4

(b) Describe the key areas of International Advertising Design.

4

(c) Explain the role of Sales Literature in International Promotion.

3

(d) Explain the advantages of International Advertising to consumers.

3

OR

UWO—42283

2

(Contd.)

(ड) कीमत निर्धारण धोरण का महत्व विशद कीजिए। 3

अथवा

(इ) खार्चाधिक कीमत निर्धारण पद्धति स्पष्ट कीजिये। 4

(फ) मलाई कीमत स्पष्ट कीजिये। 4

(ग) अंतरराष्ट्रीय कीमत सूची (Quotation) स्पष्ट कीजिए। 3

(ह) अंतरराष्ट्रीय कीमत को प्रभावित करने वाले घटक बताइए। 3

4. (अ) अंतरराष्ट्रीय विक्रय संवर्धन के लाभों की चर्चा कीजिए। 4

(ब) अंतरराष्ट्रीय जाहिरात के प्रारूप के महत्वपूर्ण क्षेत्रों को स्पष्ट कीजिए। 4

(क) अंतरराष्ट्रीय संवर्धन में विक्रय साहित्य (Literature) की भूमिका स्पष्ट कीजिए। 3

(ड) ग्राहकों के दृष्टि से अंतरराष्ट्रीय जाहिरात के फायदे स्पष्ट कीजिये। 3

अथवा

(इ) अंतरराष्ट्रीय जाहिरात की विशेषताएँ स्पष्ट कीजिए। 4

(फ) व्यक्तिगत विक्रय की आवश्यकता स्पष्ट कीजिए। 4

(ग) अंतरराष्ट्रीय संवर्धन की व्याप्ति विशद कीजिये। 3

UWO—42283

7

(Contd.)

(हिन्दी माध्यम)

सूचना :—(1) सभी प्रश्न हल कीजिए।

(2) सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. अंतरराष्ट्रीय विपणन की परिभाषा कीजिये एवं उसका स्वरूप तथा महत्व स्पष्ट कीजिए। 14

अथवा

अंतरराष्ट्रीय विपणन पर्यावरण का विस्तृत वर्गीकरण कीजिये। 14

2. (अ) वस्तु प्रारूप स्पष्ट कीजिए। 4
(ब) प्रतीक (Label) का महत्व स्पष्ट कीजिए। 4
(क) निर्यात संवेष्टन के निकष स्पष्ट कीजिये। 3
(ड) विक्रय पश्चात सेवा की परिभाषा दीजिये। 3

अथवा

- (इ) चिन्हांकन की आवश्यकता स्पष्ट कीजिये। 4
(फ) उत्पाद (Product) जीवनचक्र स्पष्ट कीजिये। 4
(ग) उत्पाद प्रमापीकरण के लाभ स्पष्ट कीजिये। 3
(ह) उत्पाद स्वीकार्यता (Adaptation) स्पष्ट कीजिये। 3
3. (अ) निविदा मूल्य स्पष्ट कीजिये। 4
(ब) समविच्छेदन मूल्य स्पष्ट कीजिये। 4
(क) 'बाजार मूल्य से कम कीमत' धोरण स्पष्ट कीजिए। 3

UWO—42283

6

(Contd.)

- (e) Explain the features of International Advertisement. 4

- (f) Elaborate the need of Personal Selling. 4

- (g) Describe the scope of International Promotion. 3

- (h) Discuss the advantages of International Advertising for Society. 3

5. Explain the export procedure for International Distribution, in detail. 14

OR

Describe International Distribution and narrate the factors affecting amount of Investment in distribution process. 14

(मराठी माध्यम)

सूचना :—(1) सर्व प्रश्न सोडवा.

(2) सर्व प्रश्नांना समान गुण आहेत.

1. आंतरराष्ट्रीय विपणनाची व्याख्या करा व त्याचे स्वरूप व महत्व स्पष्ट करा. 14

किंवा

आंतरराष्ट्रीय विपणन पर्यावरणाचे विस्तृत वर्गीकरण स्पष्ट करा. 14

UWO—42283

3

(Contd.)

2. (अ) वस्तु प्रारूप स्पष्ट करा. 4
(ब) प्रतिक (Label) चे महत्व स्पष्ट करा. 4
(क) निर्यात संवेष्टनाचे निकष स्पष्ट करा. 3
(ड) विक्रय पश्चात सेवेची व्याख्या द्या. 3

किंवा

- (इ) चिन्हांकनाची आवश्यकता स्पष्ट करा. 4
(फ) उत्पाद (Product) जिवन चक्र स्पष्ट करा. 4
(ग) उत्पाद प्रमापीकरणाचे फायदे स्पष्ट करा. 3
(ह) उत्पाद स्विकार्यता (Adaptation) स्पष्ट करा. 3

3. (अ) निविदा मूल्य स्पष्ट करा. 4
(ब) समविच्छेदन मूल्य स्पष्ट करा. 4

- (क) 'बाजार मूल्यापेक्षा कमी किंमत धोरण' स्पष्ट करा. 3
(ड) किंमत निर्धारक धोरणाचे महत्व स्पष्ट करा. 3

किंवा

- (इ) खार्चाधीक किंमत निर्धारक पद्धती स्पष्ट करा. 4
(फ) मलाई किंमत स्पष्ट करा. 4
(ग) आंतरराष्ट्रीय किंमत सूची (Quotation) स्पष्ट करा. 3

- (ह) आंतरराष्ट्रीय किंमतीला प्रभावित करणारे घटक सांगा. 3

4. (अ) आंतरराष्ट्रीय विक्रय संवर्धनांच्या फायद्यांची चर्चा करा. 4

- (ब) आंतरराष्ट्रीय जाहिरातीच्या प्रारूपातील महत्वाचे क्षेत्रे स्पष्ट करा. 4

- (क) आंतरराष्ट्रीय संवर्धनामध्ये विक्रय साहित्याची (Literature) भूमिका स्पष्ट करा. 3

- (ड) ग्राहकांच्या दृष्टीने आंतरराष्ट्रीय जाहिरातीचे फायदे स्पष्ट करा. 3

किंवा

- (इ) आंतरराष्ट्रीय जाहिरातीचे वैशिष्ट्य स्पष्ट करा. 4

- (फ) व्यक्तीगत विक्रयाची गरज स्पष्ट करा. 4

- (ग) आंतरराष्ट्रीय संवर्धनाची व्याप्ती विशद करा. 3

- (ह) समाजाच्या दृष्टीने आंतरराष्ट्रीय जाहिरातीच्या फायद्यांची चर्चा करा. 3

5. आंतरराष्ट्रीय वितरणाकरीता निर्यात प्रक्रीया स्पष्ट करा. 14

किंवा

- आंतरराष्ट्रीय वितरण स्पष्ट करा व आंतरराष्ट्रीय वितरणातील गुंतवणूकीला प्रभावित करणाऱ्या घटकांची चर्चा करा. 14